

کدام یک را می‌پسندید: بازاریابی سنتی یا بازاریابی دیجیتال؟

کدام روش را می‌پسندید: روش دیجیتالی یا روش سنتی؟



جذب مشتری بزرگترین معضل و مشکل تمام کسب و کارها در عرصه‌ی بازاریابی است. کسب و کارها تمام تلاش خود را می‌کنند تا بهترین محصولات با بهترین کیفیت را در اختیار مشتریان خود قرار دهند و خود را به عنوان یک برند به دیگران معرفی کنند.

برندینگ و برند سازی کار یک روز و دو روز نیست. باید مدت‌ها تلاش کرد تا بتوانید یک محصول را به دیگران معرفی کنید و مشتریان هم به شما اعتماد کنند و محصول شما را خریداری کنند. در این بین اگر تحلیل رقبا را به خوبی انجام داده باشید خیلی راحت‌تر از رقبایتان، می‌توانید محصولات و خدمات خود را به دیگران معرفی کنید.

برای جذب مشتری و همچنین معرفی محصولات، روش‌های تبلیغاتی زیادی وجود دارد. ابزارهای سنتی مانند استفاده از تراکت، بروشور، مجله، روزنامه، بیلبورد و در کنار آن ابزارهای دیجیتالی که متکی به اینترنت هستند مانند استفاده از سایت‌های تبلیغاتی، ایمیل مارکتینگ، ویدیو مارکتینگ، شبکه‌های اجتماعی و ...

جذب مشتری از این روش‌ها بستگی به نوع بودجه و بازار هدف شما دارد. هر چه بودجه‌ی بیشتری در اختیار داشته باشید به طبع از بهترین روش‌های بازاریابی استفاده خواهید کرد و بهترین مشتری‌ها را مورد هدف قرار خواهید داد.

یکی از روش‌های جذب مشتری و بدست آوردن بازار، استفاده از روش‌های نوین بازاریابی است که با ظهور عصر اینترنت تغییرات شگرفی در بازاریابی به وجود آمد.

تیم "کافه نیاز" در این مقاله قصد دارد شکاف بین این دو نوع بازاریابی را به شما نشان بدهد. آموختن این تفاوت‌ها، تصمیم‌گیری برای انتخاب یکی از این روش‌ها را برای شما آسانتر خواهد کرد.

با ما همراه باشید

۱. دیجیتال مارکتینگ یک ابزار بسیار دقیق است

در روش دیجیتالی می‌توانید بفهمید چه اندازه مشتری وارد سایت شما شده است



یکی از مهمترین تفاوت‌های بین این دو نوع بازاریابی نوع اندازه‌گیری تعداد مشتری‌های جذب شده است. در روش دیجیتالی به راحتی می‌توانید مشتری‌هایی که وارد سایت شده‌اند را اندازه‌گیری کنید اما در روش سنتی این روش خیلی سخت است.

به طور مثال در روش دیجیتالی زمانی که شما یک لینک در شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های تبلیغاتی یا هر جای دیگری که در بستر اینترنت باشد، قرار می‌دهید با استفاده از اپلیکیشن یا سایت گوگل آنالیتیک به راحتی می‌توانید بفهمید که چه تعداد کاربر وارد سایت شده‌اند، چه اندازه در سایت مانده‌اند، در کجای سایت کلیک کرده‌اند، اگر امروز آمده‌اند روزهای بعد هم وارد سایت شده‌اند یا خیر و ...

اما در روش سنتی بدست آوردن این مورد فوق العاده سخت است. به طور مثال یک آگهی در روزنامه یا مجله ثبت کرده‌اید و لینک سایت خود را قرار گذاشته‌اید. در اینجا خیلی سخت می‌توان فهمید که اشخاصی که وارد سایت شده‌اند از چه راهی وارد شده‌اند آیا تبلیغات شما را مشاهده کرده‌اند یا در گوگل نام محصولات و خدمات شما را جستجو کرده‌اند.

به هر حال بازاریابی نیازمند آن است که بتوانید یک گزارش کلی از برنامه‌های اجرایی در اختیار داشته باشید. در روش سنتی، بازاریابی با استفاده از روش آزمون و خطاست اما در روش دیجیتالی شما خودتان به راحتی انتخاب می‌کنید که بازار و مخاطبین هدف شما چه اشخاصی باشند.

۲. مشتریان روش دیجیتالی را برای مشاهده‌ی تبلیغات انتخاب می‌کنند

بین روش سنتی و روش دیجیتالی، مردم روش دیجیتالی را بیشتر می‌پسندند



با رشد و گسترش اینترنت مردم به راحتی در هر کجای دنیا که باشند به اینترنت دسترسی دارند و این یکی از مهمترین مزیت‌های استفاده از اینترنت در دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی دیجیتال است. مردم دیگر این نیاز را در خودشان نمی‌بینند که روزنامه، مجله یا بروشور خریداری کنند و نیازمندی‌ها را ببینند.

امروزه مردم با یک جستجوی کاملاً ساده در اینترنت به هر چیزی که بخواهند دست پیدا می‌کنند. اگر به آموزشی احتیاج داشته باشند حتی اگر به صورت یک فایل ویدیویی یا صوتی باشد، به آن دسترسی دارند. توجه مردم نسبت به تبلیغاتی که در تلویزیون، رادیو، روزنامه و ... وجود دارد کم شده است. شاید همین قضیه بزرگترین تفاوت این دو هم باشد.

۳. تبادل اطلاعات در روش دیجیتالی فوق العاده بیشتر است

تبادل اطلاعات در روش دیجیتالی بیشتر از روش سنتی است



تمام کسب و کارها برای برندینگ و برند سازی بیشتر از روش دیجیتالی استفاده می‌کنند. این امر دلیل‌های متفاوتی دارد که مهمترین آن‌ها را به اختصار بیان می‌کنیم:

دلیل اول: هزینه‌ی ارزان تبلیغات در روش دیجیتالی.

دلیل دوم: تعداد زیادی از مردم در حال استفاده از روش دیجیتالی هستند.

دلیل سوم: راحت‌ترین روش برای برند سازی است.

دلیل چهارم: تبلیغات تان در کوتاه‌ترین زمان ممکن توسط عده‌ی زیادی مشاهده می‌شود.

دلیل پنجم: جذب مشتری در این روش راحت‌تر از تمام روش‌ها است.

دلیل پنجم: مشتریان با توجه به دنیای وب راحت‌تر به کسب و کار شما اعتماد می‌کنند.

دلیل ششم: این مخاطبین هستند که در دنیای دیجیتال **برند** شما را دنبال می‌کنند و احتیاجی نیست که به دنبال مخاطبین خود باشید.

دلیل هفتم: در روش دیجیتال هزینه یک تبلیغ برای یک سال، کمتر از یک میلیون تومان می‌شود. اما در روش سنتی مانند تلویزیون یک تبلیغ برای چند روز هزینه‌ای میلیاردی در بر دارد.

اما در بازاریابی سنتی شما باید به دنبال مشتری باشید. هزینه‌ی تبلیغات در این روش بسیار بیشتر از روش دیجیتالی است. اما پیشنهادی که می‌توان ارائه داد این است که می‌توانید این دو روش را به صورت مکمل هم استفاده کنید.

اما با توجه به هزینه‌های سرسام آور تبلیغات در روش سنتی کمتر شرکت‌هایی پیدا می‌شوند که از هر دو روش استفاده کنند. به جز شرکت‌هایی که ماهانه و یا سالانه بودجه‌های میلیاردی را برای تبلیغات هزینه می‌کنند.

سخن آخر

هزینه کردن بابت تبلیغات در هر روشی، مشتری‌های خاص خودش را به سمت کسب و کارتان می‌کشاند. اما در روش دیجیتالی این را می‌دانید که به صورت مداوم اگر تبلیغتان در سایت‌های مختلف حتی اگر به صورت رایگان قرار دهید می‌توانید مشتری‌های خود را جذب کنید.

به هر حال با تمام دلیل‌هایی که ارائه شد این بر عهده‌ی شما است که کدام روش را انتخاب کنید. سعی کنید کمی فکر کنید و با مشاوران اهل فن در ارتباط باشید و بهترین روش با کمترین هزینه و صد البته با کمترین ضرر را انتخاب کنید.

ما را در شبکه‌های اجتماعی دنبال کنید

